

Foto-Foto Kampanye Capres Dan Cawapres Menuju Pemilu Presiden

(Analisis Semiotika Foto-Foto *Headline* Kampanye Capres dan Cawapres dalam SKH Kedaulatan Rakyat Periode 22 Mei - 9 Juli 2014)

Sivliani. T. Pattianakotta

Th. Diyah Wulandari

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik
Universitas atma jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 6, Yogyakarta 55281
Email : sivliani.teresia@gmail.com

Abstract : Bulan Juli 2014, telah dilaksanakan Pemilu Presiden. Sebelum Pemilu, kegiatan yang rutin dilakukan adalah kegiatan kampanye. Tujuan dari kegiatan kampanye ini adalah kedua pasangan Capres dan Cawapres berlomba-lomba mendapatkan suara masyarakat. Setiap kegiatan kampanye selalu direkam oleh media massa. Salah satunya Koran Kedaulatan Rakyat yang memaparkan kegiatan Capres-Cawapres menjelang Pemilu sebagai *Headline* berita. Tidak hanya berita berupa tulisan namun juga berupa foto *headline*. Setiap foto memiliki tanda dan dari tanda tersebut terdapat makna. Sebagai objek penelitian, foto-foto tersebut dianalisis menggunakan teori semiotika Peirce. Terdapat sebelas foto yang dianalisis dalam penelitian ini, dimana semua foto-foto tersebut mengandung unsur kampanye.

Key word: Semiotika foto jurnalistik, foto *headline* kampanye

PENDAHULUAN

Pemilu di Indonesia dilaksanakan pertama kali pada tahun 1955 di era demokrasi liberal dan merupakan satu-satunya pemilu yang dilaksanakan pada masa pemerintahan Orde Lama. Biasanya tahun Pemilu tidak lepas dari Kampanye. Pada dasarnya Kampanye adalah segenap kegiatan yang dilakukan

dalam rangka menyebarluaskan isi, serta membangun kepercayaan masyarakat. Setiap orang yang mencalonkan diri sebagai anggota legislatif (caleg) dan eksekutif memiliki peluang yang sama dalam memenangi kursi. Dengan demikian, setiap partai politik dan Caleg ataupun Capres akan berlomba-lomba melakukan Kampanye agar masyarakat dapat memilih mereka.

Selain masyarakat yang dilibatkan dalam Pemilu, media massa juga berperan penting dalam pelaksanaan pemilu, karena media massa sudah sejak lama digunakan sebagai saluran komunikasi politik. Kehadirannya tidak saja bisa dimanfaatkan oleh mereka yang mempunyai ambisi-ambisi politik tertentu, akan tetapi media massa juga mempunyai kemampuan untuk memilah-milah mana yang penting dan mana yang tidak perlu untuk diberitakan. (Suwardi, 1993: 16-17). Salah satu media massa yang secara aktif memberitakan informasi mengenai persiapan Pemilu adalah surat kabar. Seiring perkembangan waktu surat kabar juga mengalami banyak perkembangan dalam menyajikan konten berita. Tidak hanya pemaparan berita dengan tulisan saja, melainkan dengan memaparkan gambar atau foto (Djamal dan Fachruddin, 2011: 63).

Foto jurnalistik selalu didasari oleh fakta yang benar-benar terjadi tanpa adanya rekayasa sedikitpun. Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat makna-makna yang terkandung di dalam foto-foto *headline* pada SKH mengenai kampanye Capres dan Cawapres 2014, dengan menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce. Peneliti memilih periode waktu penelitian mulai dari tanggal 22 Mei - 9 Juli 2014 karena menurut penulis tanggal 22 Mei merupakan waktu penetapan Capres dan Cawapres, dan setelah itu pemberitaan akan terfokus untuk pemberitaan Capres dan Cawapres sampai pada bulan pemilihannya yaitu bulan Juli 2014. Peneliti memilih surat kabar harian Kedaulatan Rakyat dikarenakan dapat memberikan gambaran kepada masyarakat akan foto-foto kampanye Capres dan Cawapres menjelang Pemilu Presiden dan Calon Presiden.

Alasan peneliti memilih koran Kedaulatan Rakyat sebagai objek penelitian ini karena koran Kedaulatan Rakyat merupakan koran lokal pertama yang ada di Yogyakarta. Sejak berdiri pada tanggal 27 September 1945 sampai saat ini, koran Kedaulatan Rakyat telah memberikan banyak informasi melalui konten berita

kepada masyarakat Yogyakarta. Melihat hal tersebut, telah membuktikan bahwa Koran Kedaulatan Rakyat tetap eksis dan tetap bertahan menjadi koran lokal yang ada di Yogyakarta, walaupun sekarang banyak koran lokal lainnya yang ada di Yogyakarta.

Rumusan masalah penelitian ini adalah apa makna yang terkandung dalam foto-foto *headline* Kampanye Capres dan Cawapres dalam SKH Kedaulatan Rakyat periode 22 Mei - 9 Juli 2014?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna yang terkandung dalam foto-foto *headline* Kampanye Capres dan Cawapres dalam SKH Kedaulatan Rakyat periode 22 Mei - 9 Juli 2014. Manfaat penelitian ini adalah pertama diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi secara khusus bidang foto jurnalistik dalam menganalisis foto *headline* pada SKH. Kedua, diharapkan memberikan pengetahuan tambahan kepada mahasiswa UAJY dan masyarakat.

KERANGKA TEORI

1. Kampanye

Kampanye sering dilakukan ketika menjelang Pemilu, karena menurut Leslie B. Snyder kampanye merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisir, secara langsung ditujukan kepada khalayak tertentu, pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu. Adapun jenis-jenis kampanye yang telah dikemukakan oleh Charles U. Larson adalah sebagai berikut (Ruslan, 2005: 25-26):

2. Foto sebagai Bahasa dan Pesan

Di dalam bahasa terdapat kata-kata, dan kata-kata tersebut merupakan simbol untuk memaparkan suatu pikiran atau perasaan. Pada dasarnya bahasa adalah bahasa tutur, tetapi bahasa juga dapat di tuangkan ke dalam bahasa tulis ataupun gambar visual. Sehingga dengan demikian di dalam foto terdapat bahasa yang memiliki pesan bagi orang yang melihat foto tersebut (Sobur, 2003: 277).

3. Foto Jurnalistik

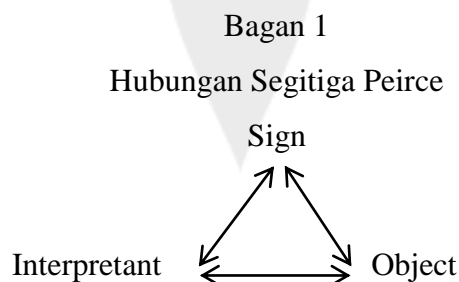
foto jurnalistik merupakan laporan yang mempergunakan kamera untuk menghasilkan bentuk visual. Kobre menegaskan bahwa foto jurnalistik adalah pelaporan visual yang menginterpretasikan berita lebih baik dibanding tulisan, dengan demikian secara umum foto jurnalistik merupakan gambar yang dihasilkan lewat proses fotografi untuk menyampaikan suatu pesan, informasi, cerita suatu peristiwa yang menarik bagi publik dan disebarluaskan melalui media massa (Gani & Kusumalestari, 2013: 46).

4. Foto *Headline*

Foto utama di halaman pertama surat kabar dikenal dengan foto *headline* atau HL. *Headline* memiliki sifat yang lebih utama dibanding dengan foto-foto yang lain, sehingga biasanya ukuran foto *headline* paling besar dan paling dominan. Foto *headline* merupakan foto terpenting sebuah edisi karena ia dipilih dari sekian banyak foto yang masuk ke meja redaktur sehari sebelumnya, dengan demikian foto *headline* adalah foto terbaik dari keseluruhan foto yang terdapat pada cetakan edisi itu.

5. Semiotika sebuah metode memaknai foto

Teori Pierce menjadi *grand theory* dalam semiotik karena gagasannya bersifat menyeluruh dari semua sistem penanda. Pierce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali semua komponen dalam struktur tunggal. Komponen tersebut terdapat dalam hubungan triadik, yakni *sign*, *object*, dan *interpretant* (Sobur, 2006: 97 - 99). Berikut ini hubungan triadik Peirce dalam (Sobur, 2006: 115):



Sumber: (Sobur, 2006: 115)

Menurut Peirce, salah satu bentuk tanda (*sign*) adalah kata. Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Interpretan adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Apabila ketiga elemen makna ini berinteraksi dalam benak seseorang, maka munculah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut. Teori ini mengupas persoalan bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi (Sobur, 2006: 115).

6. *Camera Angle* / Sudut kamera

Angle kamera atau pengambila gambar adalah sudut pandang penonton. *Angle* kamera didefinisikan sebagai wilayah dan titik pandang yang direkam oleh lensa. Penempatan suatu kamera juga menentukan seberapa luas wilayah yang akan dirangkum. Sudut pandang kamera adalah mata penonton, sehingga penempatan kamera menentukan sudut pandang penonton dan wilayah yang diliput pada suatu *shot*. Terdapat dua faktor yang menentukan *angle* kamera yaitu (Giovanni, 2012: 8-10).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, di mana bertujuan untuk menjelaskan fenomena melalui pengumpulan data secara mendalam (Kriyantono, 2008: 56). Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data kualitatif, data tersaji dalam bentuk gambar dan *caption* foto. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif analitik, yaitu dengan cara menguraikan sekaligus menganalisis. Objek penelitian ini adalah foto- foto *headline* mengenai kampanye Pemilu Presiden dan Wakilnya pada SKH Kedaulatan Rakyat periode 22 Mei - 9 Juli 2014. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah memilih foto-foto *headline* mengenai kampanye Pemilu Capres dan Cawapres pada koran Kedaulatan pada periode 22 Mei – 9 Juli 2014. Teknik analisis data penelitian ini, foto-foto *headline* yang sudah terkumpul dianalisis menggunakan teori yang telah dipaparkan sebelumnya.

HASIL

Terdapat sebelas foto *headline* kampanye Capres-Cawapres yang telah terkumpul mulai dari tanggal 22 Mei – 9 Juli 2014. Berikut keterangan dan analisis kesebelas foto *headline* tersebut:

TABEL 2
KESEBELAS FOTO HEADLINE

No	KESEBELAS FOTO HEADLINE
1	 <p><i>Caption: Pemeriksaan kesehatan Capres – cawapres</i> <i>Foto-foto : Antara (Grafis JOS)</i> <i>Sumber: Koran Kedaulatan Rakyat, 22 Mei 2014</i></p>
2	 <p><i>Caption: Capres dari PDIP, Joko Widodo bersama pasangannya Cawapres Jusuf Kalla menyapa wartawan sesaat sebelum menjalani pemeriksaan kesehatan di RSPAD Gatot Soebroto, Jakarta Pusat.</i> <i>Fotografer: Fanny Oktavianus</i> <i>Sumber: Koran Kedaulatan Rakyat, 23 Mei 2014</i></p>

3



Caption: Pasangan Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa mengenakan baju piyama saat akan menjalani tes kesehatan di Rumah Sakit Pusat Angkatan Darat (RSPAD) Gatot Subroto, Jakarta
Fotografer: Putra Mahesa
Sumber: Koran Kedaulatan Rakyat, 24 Mei 2014

4



Caption: Capres Joko Widodo menunjukan tangannya usai menerima lumpur dari korban lumpur saat menghadiri peringatan 8 tahun semburan lumpur Lapindo di Porong, Sidoarjo
Fotografer: Suryanto
Sumber: Koran Kedaulatan Rakyat, 30 Mei 2014

5



Caption: Prabowo merangkul Jokowi sebelum mengikuti Rapat Pleno Terbuka Pengundian dan Penetapan Nomor Urut di Gedung KPU, Jakarta
Fotografer: Widodo.S. Jusuf
Sumber: Koran Kedaulatan Rakyat, 2 Juni 2014

6



Caption: Warga berebut untuk berjabat tangan dengan Joko Widodo di Malioboro, Yogyakarta.

Fotografer: Widjono Putra

Sumber: Koran Kedaulatan Rakyat, 3 Juni 2014

7



Caption: Pasangan Capres- Cawapres PS-HR dan pasangan Capres- Cawapres JW-JK mengangkat tangan bersama usai mengucap dan mendatangi Deklarasi Pemilu Berintegritas & damai- Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2014

Fotografer: Fanny Oktavianus

Sumber: Koran Kedaulatan Rakyat, 4 Juni 2014

8



Caption: Pasangan Peserta Pemilu Presiden 2014 Prabowo Subianto – Hatta Rajasa menyampaikan visi dan misinya (kiri). Pasangan Peserta Pemilu Presiden 2014 Joko Widodo – Jusuf Kalla menyampaikan visi dan misinya (kanan)

Fotografer: Prasetyo Utomo (Grafis Jos)

Sumber: Koran Kedaulatan Rakyat, 10 Juni 2014

9



Caption: Kampanye Jokowi di Bandung: Jokowi didaulat oleh seniman dan budayawan Bandung untuk menendang bola diatas sebuah kanvas lukisan ketika acara silaturahmi dengan seniman Bandung di Halaman Gedung Merdeka, Bandung

Fotografer: Tatan Suflana

Sumber: Koran Kedaulatan Rakyat, 12 Juni 2014

10



Caption: Sejumlah seniman menggunakan topeng Jokowi menari usai deklarasi dukungan kepada Jokowi di Alun-alun Utara Yogyakarta (kiri). Rhoma Irama tampil memukau dalam acara kampanye pasangan capres Prabowo-Hatta di Lapangan Pendowoharjo Sewon Bantul (kanan).

Fotografer: Regina Safri (kiri), Bambang Nur Cahya (kanan)

Sumber: Koran Kedaulatan Rakyat, 25 Juni 2014

11



Caption: Profil Calon Presiden dan Wakil Presiden

Fotografer: Foto-foto : Antara (Grafis JOS)

Sumber: Koran Kedaulatan Rakyat, 9 Juli 2014

Setelah dianalisis, setiap foto memiliki tanda, objek dan interpretan didalamnya. Melalui proses analisis terhadap foto-foto *headline* Koran Kedaulatan Rakyat ini, peneliti menemukan beberapa fakta sebagai berikut:

1. Foto-foto tersebut memiliki objek utama adalah manusia

Terlihat dalam foto-foto *headline* difokuskan pada manusia sebagai objek utamanya. Prabowo, Hatta, Jokowi dan JK sebagai objek utama dalam foto-foto tersebut. Adapun pada foto kesepuluh terlihat para seniman dan Rhoma Irama sebagai objek utama, namun mereka tetap menampilkan sosok kedua pasangan Capres-Cawapres. Para seniman menampilkan pasangan Capres nomor urut kedua yakni Jokowi, sedangkan Rhoma Irama telah mengisi acara pada kegiatan kampanye dari pasangan Capres-Cawapres nomor urut pertama yakni Prabowo dan Hatta. Foto-foto tersebut banyak menceritakan mengenai kegiatan yang dilakukan oleh kedua pasangan Capres-Cawapres tersebut misalnya pemeriksaan kesehatan, debat dan kegiatan lainnya.

2. Foto-foto tersebut mengandung unsur kampanye

Menurut ketentuan dari KPU, kampanye terbuka dilaksanakan sebulan sebelum Pilpres dilaksanakan. Walaupun secara resmi kampanye terbuka dilaksanakan pada tanggal 3 Juni 2014, namun foto-foto *headline* sebelum tanggal yang tersebut dapat tergolong dalam kegiatan kampanye. Misalnya pada foto keempat, dimana Jokowi menghadiri peringatan delapan tahun telah terjadi semburan lumpur Lapindo di Sidoarjo. Walaupun tidak dipaparkan secara langsung, namun menurut peneliti kegiatan yang dilakukan Jokowi ini adalah sebuah kegiatan kampanye. Hal tersebut dilihat dari atribut yang dipakai oleh Jokowi yaitu kemeja kotak-kotak yang biasanya digunakannya dalam kegiatan kampanye.

Kampanye yang terdapat pada foto-foto *headline* tersebut termasuk dalam jenis kampanye *Candidate – Oriented Campaigns*. Jenis kampanye ini Merupakan kegiatan kampanye yang berorientasi bagi calon (kandidat) untuk kepentingan kampanye politik. Aktivitas kampanye selalu melekat dengan kegiatan komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif merupakan tindakan komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan khalayak mengadopsi pandangan komunikator

tentang sesuatu hal atau melakukan suatu tindakan tertentu, dengan demikian dalam foto-foto kampanye *headline* tersebut mengandung tiga aspek komunikasi persuasif didalamnya berdasarkan (Ruslan, 2005: 26- 27) yaitu:

- a. Kampanye secara sistematis berupaya menciptakan ‘ruang’ tertentu dalam benak pikiran khalayak mengenai tanggapan kandidat dan suatu ide atau gagasan program tertentu bagi kepentingan khalayak sarannya. Misalnya foto kedelapan mengenai debat Capres-Cawapres. Di dalam *caption* foto itu dipaparkan bahwa kedua pasangan Capres-Cawapres sedang menyampaikan visi-misi mereka, dengan demikian masyarakat berpikir secara matang untuk memilih kandidat mana sesuai dengan visi-misi yang disampaikan oleh para kandidat Capres-Cawapres tersebut.
- b. Kampanye berlangsung melalui berbagai tahapan, yaitu dimulai dari menarik perhatian, tema kampanye digencarkan, memotivasi dan mendorong untuk bertindak, serta partisipasi khalayak sasaran melakukan tindakan yang nyata. Misalnya pada foto keenam, terlihat Jokowi sedang menyalami masyarakat di Malioboro Yogyakarta. Kegiatan ini dapat menarik perhatian dari khalayak sehingga memotivasi orang untuk bertindak ingin bersalaman Jokowi, dan tindakan selanjutnya masyarakat dapat memilih Jokowi sebagai Presiden mereka.
- c. Kampanye harus mampu mendramatisasikan tema pesan atau gagasan yang diekspos secara terbuka dan mendorong partisipasi khalayak sasaran untuk terlibat baik secara simbolis maupun praktis untuk mencapai tujuan dari tema kampanye tersebut. Misalnya pada foto keempat, dimana Jokowi menghadiri peringatan delapan tahun telah terjadi semburan lumpur Lapindo di Sidoarjo. Dalam foto tersebut, terlihat genangan air yang telah bercampur dengan lumpur, serta lumpur yang telah menebal, dengan demikian foto tersebut semakin didramatisir dengan adanya lumpur yang telah lama dialami oleh para warga porong sebagai korbannya. Selain itu partisipasi khalayak dalam kegiatan kampanye ini adalah dalam foto kesepuluh dimana para seniman dan Rhoma Irama ikut berpartisipasi dalam kegiatan kampanye ini.

Selain temuan peneliti diatas, berikut adalah hasil dari kesebelas foto *headline* yang telah dianalisis oleh peneliti:

TABEL 17
HASIL ANALISIS KESEBELAS FOTO *HEADLINE*

	Prabowo dan Hatta	Jokowi dan JK
Ekspresi	Ekspresi yang diperlihatkan Prabowo dan Hatta pada foto-foto <i>headline</i> tersebut adalah Serius, tegang, optimis, kaku dan berwibawa	Pada foto-foto <i>headline</i> tersebut, Jokowi dan JK memperlihatkan ekspresi yang santai, ramah, serius, lepas dan berwibawa
Posisi tubuh (badan dan tangan)	Prabowo terlihat dominan ketika bersalaman, mengangkat tangan. Selain itu dalam foto-foto <i>headline</i> tersebut, Prabowo lebih terlihat berada didepan dan tidak sejajar dengan wakilnya Hatta.	Jokowi dan JK terlihat seimbang pada posisi berdiri terlihat sejajar dan tidak ada yang terlihat dominan.
Atribut kampanye yang digunakan	Atribut yang digunakan oleh Prabowo dan Hatta dalam foto-foto <i>headline</i> tersebut adalah kemeja panjang berwarna putih, lambang Garuda Merah, pin bergambar Prabowo-Hatta dan peci berwarna hitam. Pasangan Capres-Cawapres nomor satu ini terlihat lebih kompak dalam mengenakan atribut kampanye dibandingkan dengan Jokowi dan JK	Dalam penggunaan atribut kampanye dalam beberapa foto <i>headline</i> , Jokowi dan JK menggunakan atribut yang berbeda. Atribut tersebut adalah kemeja kotak-kotak yang sudah menjadi ciri khas dari Jokowi dalam setiap kampanyenya, sedangkan JK terlihat mengenakan kemeja panjang berwarna putih. kekompakan mereka dalam mengenakan atribut yaitu pada foto dimana Jokowi dan JK mengenakan kemeja panjang berwarna putih, dan pada foto <i>headline</i> debat Capres-Cawapres, mereka mengenakan Jas hitam, kemeja putih dan dasi berwarna merah

Warna yang dominan	Warna yang dominan pada Prabowo dan Hatta dalam foto-foto <i>headline</i> tersebut adalah warna putih, merah, dan orange	Warna yang dominan pada Jokowi dan JK pada foto-foto <i>headline</i> tersebut adalah warna merah dan putih.
Pengambilan Anggel gambar	Pengambilan anggel gambar pada foto-foto <i>headline</i> Prabowo dan Hatta adalah <i>medium shot</i> , <i>long shot</i> dan <i>normal angle</i>	Pengambilan anggel gambar pada foto-foto <i>headline</i> Jokowi dan JK adalah <i>medium shot</i> , <i>long shot</i> , <i>normal angle</i> , <i>low angle</i> dan <i>high angle</i> .
Kegiatan yang dilakukan	Kegiatan yang dilakukan oleh Prabowo dan Hatta dalam foto-foto <i>headline</i> tersebut hanya menyangkup kegiatan yang resmi yang menyangkut Pilpres misalnya pemeriksaan kesehatan, debat Capres-Cawapres dan pengambilan nomor urut Capres-Cawapres.	Jokowi dan JK juga melakukan kegiatan yang sama dengan Prabowo dan Hatta yaitu pemeriksaan kesehatan, debat Capres-Cawapres dan pengambilan nomor urut Capres-Cawapres, namun tidak kegiatan yang resmi yang menyangkut Pilpres yang dilakukan oleh Jokowi dan JK dalam foto-foto <i>headline</i> tersebut. Kegiatan yang dilakukan secara khusus Jokowi ketika mengunjungi seniman di Bandung, menyalami masyarakat di Malioboro Yogyakarta, dan hadir dalam peringatan delapan tahun semburan lumpur Lampindo.
Kontak dengan masyarakat	Tidak terlihat fisik dengan masyarakat yang dilakukan oleh Prabowo dan Hatta dalam foto-foto <i>headline</i> tersebut. Hanya terlihat sapaan berupa senyuman dan posisi tangan di depan dada yang dilakukan Prabowo	Jokowi dan JK pun memberikan sapaan kepada masyarakat dengan tersenyum dan lambaian tangan. Terlihat Jokowi dalam foto-foto <i>headline</i> tersebut menyalami masyarakat sehingga dengan begitu telah terjadi kontak fisik antara Jokowi dengan masyarakat.

Sumber: Analisis Peneliti

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pemilu selalu identik dengan kegiatan kampanye. Kampanye yang dilakukan oleh kedua kandidat Capres-Cawapres ini selalu direkam oleh media massa dan dijadikan sebagai berita utama. Salah satu media massa tersebut adalah surat kabar atau koran. Koran Kedaulatan Rakyat merupakan salah satu koran lokal yang ada di Yogyakarta. Koran ini sudah berdiri sejak tahun 1945 dan telah menjadi koran lokal pertama di Yogyakarta. Terdapat sebelas foto yang dijadikan objek penelitian dalam penelitian ini. Sebagai salah satu Koran lokal yang ada di Yogyakarta, koran Kedaulatan Rakyat ikut berpartisipasi dalam memberikan informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh kedua pasangan Capres-Cawapres menjelang pemilu berlangsung kepada pembacanya. Informasi yang diberikan tidak hanya berupa tulisan saja melainkan juga diberikan dalam bentuk foto-foto, dimana informasi tersebut dijadikan sebagai *headline* berita.

Kesebelas foto tersebut memiliki nilai *Prominence* (orang penting), dimana dalam kesebelas foto tersebut berkaitan dengan publik figur seperti politikus, petinggi negeri dan selebritas. Kedua pasangan Capres-Cawapres menjadi objek utama dalam kesebelas foto tersebut. Kampanye yang terdapat pada foto-foto *headline* tersebut termasuk dalam jenis kampanye *Candidate – Oriented Campaigns*. Jenis kampanye ini Merupakan kegiatan kampanye yang berorientasi bagi calon (kandidat) untuk kepentingan kampanye politik.

Saran

Saran untuk para peneliti lainnya jika ingin meneliti foto dengan menggunakan teori semiotika lainnya dalam menganalisis, karena dalam penelitian ini, hanya menjelaskan simbol yang ada pada foto-foto tersebut dan tidak sampai kepada aspek yang lebih mendalam misalnya kepada paradigma media dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Effendi, Sulaiman. 2014. *Kiprah dan Pemikiran Politik Tokoh-Tokoh Bangsa*. Yogyakarta: Ircisod
- Gani, Rita & Kusumalestari, Ratri R. 2013. *Jurnalistik Foto*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Gaffar, Janedjri M. 2013. *Demokrasi dan Pemilu di Indonesia*. Jakarta: Konstitusi Press
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Kumar, Vijaya . 2013. *Bahasa Tubuh (Memahami Bahasa yang Disampaikan Tubuh)*. Platinum
- Leonardus, Agus dan Soedjai, Kartasasmita. 2008. *Soedjai Kartasasmita di Belantara Fotografi Indonesia*. Yogyakarta: BP ISI
- Nugroho, Eko. 2008. *Pengenalan Teori Warna*. Yogyakarta : Andi
- Pease, Allan. 1988. *Bahasa Tubuh (Bagaimana Membaca Pikiran Seseorang Melalui Gerak Isyarat)*. Jakarta: Arcan
- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sobur, Alex. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya
- , 2006. *Analisis Teks Media*. Bandung : Rosdakarya
- Soelarko, R.M. 1985. *Pengantar Foto Jurnalistik*. Bandung : PT Nusantara
- Suwardi, Harsono. 1993. *Peranan Pers Dalam Politik di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan
- Wijaya, Taufan. 2011. *Foto Jurnalistik Dalam Dimensi Utuh*. Klaten : Sahabat

Tulisan tidak Diterbitkan :

- Giovanni, A.Tri. 2012. *Kumpulan Materi Perkuliahan Sinematografi* : Yogyakarta.

Skripsi:

- Alpito, Agustinus Shindu. 2013. *Analisis Semiotika terhadap Foto Kemal Jufri "Wrath of The Fire Mountain" dalam World Press Photo 2011*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Iswara, Irene Pramatrieze. 2011. *Teknik Foto Jurnalistik Bencana Alam dalam Surat Kabar Harian Lokal (Analisis Isi Kuantitatif Foto Jurnalistik pada Peristiwa Meletusnya Gunung Merapi di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat*

Periode 27 Oktober 2010 – 10 November 2010). Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Melyssa, Esy.2013. *Semiotika Foto Jurnalistik tentang Banjir (Analisis Semiotika Peirce dalam Foto-Foto Jurnalistik tentang Bencana Alam Banjir di Jakarta dalam Surat Kabar Harian Koran Tempo)*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Surat Kabar:

Foto-foto kampanye headline periode 22 Mei 2014 – 9 Juli 2014, Koran Kedaulatan Rakyat. 22 Mei 2014 – 9 Juli 2014

